

NOTA DE PRENSA – Octubre 2008

INFORME: *Situación y Perspectivas de la Distribución de Electrodomésticos en España.*

La distribución de electrodomésticos, en la cuerda floja

"..La caída del índice de precios de los electrodomésticos desde 2002 en un 4,0%, siendo especialmente llamativas las reducciones de los precios de la línea marrón que ha llegado a un 46%, no ha evitado que en el primer semestre de 2008 se haya producido una sensible desaceleración en la compra de electrodomésticos, que se ha plasmado en una caída de las cifras de ventas en la práctica totalidad de aparatos.

Las causas de este parón de la demanda son la fuerte caída de la actividad del mercado inmobiliario, de un 12,8% en el primer trimestre de 2008; la reducción de la renta disponible por parte de las familias, que empiezan a sentir los efectos de la caída del empleo; y la dificultad para lograr financiación en unos mercados financieros caracterizados por un continuo sobresalto. Éstos son sólo algunos de los trazos que configuran un panorama hostil para las empresas del sector, al que sólo la aplicación de los planes Renove en las diferentes comunidades autónomas conceden un cierto respiro. Por último se teme un impacto potencialmente negativo sobre la demanda, a través del incremento de sus precios, con la aplicación del canon digital"../i>

Estas son algunas de las conclusiones del primer informe sectorial que sobre la **Situación y Perspectivas de la Distribución de Electrodomésticos en España**, ha elaborado **eINFORMA** (www.einforma.com), empresa digital, perteneciente a Informa D&B, líder en la difusión de información sobre la situación económica y financiera de los más de cinco millones de agentes económicos que operan en nuestro país.

El informe ha contado con la colaboración y supervisión de Antonio Montero y Juan José Najera de la Universidad Rey Juan Carlos, que tras un análisis en detalle de la base de datos de Informa D&B (www.einforma.com), han querido ir **"más alla del dato"**. Tras una primera aproximación a la realidad del sector, profundizan en las características económicas y financieras, no sólo de las empresas que lo integran, también de las entidades que las financian (bancos, cajas), supervisan (auditoras) o suministran (proveedores), fruto de esta rigurosa prospección del sector se pueden obtener algunas claves que marcara las tendencias del sector, que avanzamos a continuación:

En mitad del terremoto

Las dificultades del mercado han coincidido con una fuerte inestabilidad de la estructura del sector, en el que los cambios están a la orden del día. Tras la entrada de *Media Markt* en nuestro mercado en 1999, esta rama de actividad ha sido protagonista permanente de noticias relativas a acuerdos, integraciones y, en algunos casos, reestructuraciones de grupos empresariales.

El primer efecto de la eclosión de los *category killers*, esto es, los grandes especialistas, ha sido **el fin de los independientes**: las pequeñas no resultan competitivas en un entorno de constante reducción de costes y de precios. Estas tiendas se han ido integrando en cadenas de establecimientos de comercio asociado, de cada vez mayor tamaño por sus permanentes fusiones (Prometheus, Óptima Gestión de Procesos...) y que ofrecen a sus afiliados un número cada vez mayor de servicios y posibilidades, más allá de la utilización de una enseña común.

Por su parte, las grandes superficies generalistas, que no han logrado aumentar su cuota de mercado en los últimos años, han reaccionado a través de fórmulas que buscan un mayor compromiso del fabricante en la venta de sus propios productos, integrando sus espacios dentro del establecimiento de distribución y generando estrategias de cooperación con estos fabricantes.

Además, estos cambios estratégicos han venido acompañados de una fuerte competencia en precios, que ha motivado una **caída del índice de precios** de los electrodomésticos desde 2002 **en un 4,0%**, siendo especialmente llamativas **las reducciones de los precios de la línea marrón** (que **ha llegado a un 46%** desde 2002). De este modo, las empresas han ajustado cada vez más sus márgenes buscando apoyarse en un aumento de las ventas que, en el momento actual, les ha dado la espalda.

¿Camino a la perdición?

Así, muchas empresas han logrado en los últimos años fuertes rentabilidades apoyadas precisamente en una rotación relativamente alta y un fortísimo apalancamiento financiero: **el endeudamiento a corto o largo plazo supone un 78,3% del balance medio de los category killers y hasta un 73,4% en el caso de los establecimientos de comercio asociado. Los grandes generalistas presentan, por su parte, un working capital medio negativo**, fruto de una financiación de su actividad apoyada fuertemente en sus proveedores. Esta forma de actuación ha dado lugar a rentabilidades muy jugosas para los accionistas en el pasado en la práctica totalidad de los segmentos. Sin embargo, **lo que en su**

momento fue un buen camino hacia el beneficio se ha convertido actualmente en una trampa. De este modo, estamos ante un sector en el que muchas de sus empresas, sea cual sea su tamaño, están en peligro por su elevado endeudamiento, que podrían tener dificultades en satisfacer incluso en el corto plazo. El riesgo de falta de liquidez es aún más grave si tenemos en cuenta que **los créditos comerciales** representan un **37,8%** de media en los balances de las empresas de comercio asociado y hasta un **28,1%** en el caso de los grandes especialistas: **si se produjeran dificultades para hacer efectivos estos cobros podría llegar a ser imposible asumir las deudas** más inmediatas.

De hecho, **ya han aparecido las primeras solicitudes de concurso de acreedores**, algunas de ellas con gran estruendo mediático. Previsiblemente no serán las últimas. En muchos casos, no se tratará tanto de la inexistencia de activos que respalden las deudas como de la mencionada **escasez de liquidez de un elevado número de empresas del sector.**

Las claves para la supervivencia

El informe también apunta y describe las claves para la supervivencia en el sector. Sólo los fuertes, caracterizados por políticas razonables de endeudamiento y provisiones para cubrir riesgos, muy escasas en el pasado, tendrán la seguridad de seguir adelante. Otra de las claves para la supervivencia será, sin duda, la claridad de ideas, en el que la coherencia interna del modelo de negocio elegido atraerá a los clientes a las tiendas o disminuirá su afluencia. Sólo apuestas claras por un servicio diferenciado que justifique precios algo mayores, o bien, en el extremo contrario, precios nítidamente ajustados a las disponibilidades económicas de las familias, con el consecuente incremento de las ventas, pueden apuntalar las estrategias de las empresas.

Javier Larrondo, Director General de E-INFORMA, S.A., ha declarado que ***“la presentación de este informe, su profunda y exhaustiva analítica, y las conclusiones que presenta, al igual que otros que estamos elaborando, ratifica que existe un peligro real de que ciertos sectores relevantes de la economía española, al igual que está sucediendo en otros países, puedan sufrir un efecto dominó cuyas consecuencias fueran de una magnitud muy significativa”.*** Y añadió que ***“sólo el conocimiento profundo de esta realidad podrá dar soluciones efectivas y prácticas en esta coyuntura. Con este informe pretendemos dar las claves para aumentar el conocimiento de la realidad de este sector tanto para las empresas presentes en el mismo como para entidades financieras, inversoras, proveedoras, de servicios auxiliares, y otras que operen en dicho sector en mayor o menor medida, así como para que las entidades de orden político tengan un mejor conocimiento del sector y su coyuntura.”***



Nota:

El informe: *Situación y Perspectivas de la Distribución de Electrodomésticos en España* está disponible para la venta al público en el sitio www.einforma.com/electrodomesticos.

En el caso de que sea de interés informativo para su publicación puede solicitar un ejemplar personalizado para este fin a:

Daniel Rodriguez

Dpto. Marketing

E-INFORMA, S.A.

Avenida de la Industria, 32

28108 Alcobendas (Madrid)

Telf: 91 490 10 68 (Ext. 4613)

e-mail: daniel.rodriguez@einforma.com